



Előzmény (City Cooperation I.), együttműködési terület:

City Cooperation projekt 2008-ban indult útjára egy kelet-stájer együttműködés alapján, amelynek városai újabb kihívások előtt álltak. Az eddigi együttműködésnek köszönhetően gazdasági, kulturális, turisztikai területeken valósítottak meg közös tevékenységeket. Így születtek meg a 24 város kiadványok, városi idegenvezetési rendszerek, 24 város kedvezményfüzet, gyermek élményváros keretében kidolgozott kínálatok. A kulturális rendezvények, internetes és sajtóban, vásárokon történő megjelenések segítették az új, térségbe érkező vendégek megnyerését.

A City Cooperation projekt 8 osztrák, 9 szlovén és 7 magyar város kezdeményezése. Az osztrák városok Bad Radkersburg, Fehring, Feldbach, Friedberg, Fürstenfeld, Gleisdorf, Hartberg, Weiz. A szlovén városok Murska Sobota, Gornja Radgona, Ptuj, Lendava, Ljutomer, Radenci, Lenart, Ormož, Beltinci. A magyar városok Letenye, Lenti, Zalalövő, Óriszentpéter, Szentgotthárd, Körmend, Vasvár.

City Cooperation II. projektismertető, összefoglaló

A projekt a 2007-2013. költségvetési periódusban hozzájárult a 24 város (AT-SI-HU) partnerségének megteremtésében és pilotszerű együttműködési tevékenységek megvalósításában. Jelen City Cooperation II projekthez az osztrák városok létrehoztak egy gazdaegyesületet, mely vezető partnerként fogja össze a projekt tevékenységeket. Mindezen tapasztalatokra alapozva a résztvevő 8 osztrák, 7 magyar és 9 szlovén város elmélyítette az együttműködését a jelen projekt keretében nagyon aktuális és a régióra jellemző kihívásokra (a városok politikai, közigazgatási, gazdasági és turisztikai terű együttműködése szerepköreinek erősítésére), melyek hozzájárulnak ahhoz, hogy erősítsék a városok világítótorny funkcióját a központi térségekkel szemben. A City Cooperation II megoldásokat fejlesztett a települések és intézmények jobb határon átnyúló együttműködéséhez, ami pedig mérhetően növelte a regionális versenyképességet.

Projekt általános céljai

Vásárlóerő határon átnyúló megtartása

A határon átnyúló megvalósítás és a vásárlóerő megtartásának innovatív rendszerei továbbfejlesztése által konkrét tevékenységeket dolgoztak ki a közös kihívások, legyőzésére.

Regionális lakosság tudatformálása

A városi hálózat növeli a városok, a gazdaság és a lakosok közti interakciót a projektterületen, ezáltal az együttműködés regionális értéként erősebben rögzül a lakosság tudatában.

Városi profilok erősítése

Hogy a hálózat értékőbblétét láthatóvá lehessen tenni, erősíteni kellett az egyes városi profilokat. A projekt tevékenységeket tett lehetővé, melyek számos súlypont értékét teremtettek meg a hálózatban.

Projektpartnerek:

Lenti Város Önkormányzata (teljes költségvetés: 335.500,82 €)

Körmend Város Önkormányzata (teljes költségvetés: 280.320,18 €)

Die Oststeirische Städtekooperation (teljes költségvetés: 590.566,67 €)

Projekt időtartama:

2016. 05. 01. - 2019. 10. 31.

A projekt ERFA támogatása összesen:

1.032.229,5 €

A projekt nemzeti finanszírozási hozzájárulása összesen:

182.158,17 €

Pilot tevékenységek - City Branding - városprofilok kialakítása

A pilot célja a résztvevő városok számára egyedi arculatok kialakítása a „24 város” ernyőmárka „alatt” annak érdekében, hogy turisztikailag és gazdaságilag, valamint a lakosság megtartása szempontjából – ami a régió egyik fő problémája – előnyre tegyenek szert.

Magyar városok (zalai városok) által megvalósított tevékenységek:

- Városok közös nyitókonferenciája, workshopok médiakövetéssel.
- Városprofilok megalapozása, koordinált város arculatok kidolgozása történt meg az osztrák partner tapasztalatai alapján

Lenti számára az alábbi területeken javasolta a városprofil tanulmány szorosabb együttműködést a jövőben a 24 városhálózaton belül:

- Weiz
 - energia téma (széles értelemben véve), Lenti zöld város koncepciójához illeszkedve
 - digitalizálás, smart city-vé válás folyamatai
 - városmárkázás, brandépítés
- Fehring
 - helyi termékek, helyi értékekre alapozott gazdaságfejlesztés
 - gasztroturizmus
- Bad Radkersburg
 - turizmus, ezen belül elsősorban a termálturizmus,
 - kerékpáros régióvá válás, kerékpáros turisztikai fejlesztések
 - szőlőhegyek gazdasági és turisztikai hasznosítása
 - városmárkázás, brandépítés

Lenti város önkifejezését, identitását három fő elem, a zöld és ökoturizmus, a hagyomány és újszerűség, valamint a zöld gazdaság mentén vizsgálta a helyzetelemzés, és ez alapján került meghatározásra a városprofil és a kapcsolódó brand.

Letenye számára Bad Radkersburg városával javasolta a városprofil tanulmány szorosabb együttműködést a jövőben a 24 városhálózaton belül:

Mindkét város a Mura partján fekszik, és különböző tevékenységeket valósítanak meg, amelyek „folyó” téma köré pozicionálják a várost. Bad Radkerburg különösen sok tapasztalattal rendelkezik új rendezvények meghonosítása terén, amelyek a város pozicionálását szolgálják (mint pl.: Élmények a folyó mentén). Ezért elsősorban a turisztikai tapasztalat adja e partnerségnek az alapját. Ebből kifolyólag e két város között már a múltban is számos alakommal volt együttműködés.”

A tanulmány kimondta, hogy Letenye új városbrandjének egyértelműen a korábbtól eltérőnek, innovatívnak és kifejezőnek kell lennie, de csak azokra a szubjektív elemekre építhet, amelyek a lokális tudatban már gyökeret vertek, mely a vizsgálatok alapján egyértelműen a Mura, illetve a platán, az új városmárka tehát e kettő kreatív ötvözésével a helyiek számára széles körben hamar elfogadottá válhat. Ezért a tanulmány Letenye városbrand-jének „Platán a Mura partján” javasolta.

„Zalalövő számára Gleisdorf városával javasolta a városprofil tanulmány szorosabb együttműködést a jövőben a 24 városhálózaton belül: Zalalövő, mint vidéki tulajdonságokkal rendelkező város, a márkája integrált fejlesztésén dolgozik. Gleisdorf ugyanezt a folyamatot tudhatja maga mögött a város és a vidéki területek, úgy, mint Labuch, Ungerdorf, Nitscha und Laßnitzthal fúziójával. A „nap szívében” („Im Herzen die Sonne”) márka körüli pozicionálás adja e partnerség alapját.”

A tanulmány készítése során a borostyánkő több formában és több alkalommal is visszaköszönt (a római kori Borostyánkő út egy darabja is itt húzódik), azt az érzetet keltve, hogy ez egy olyan általánosan elfogadott „jelkép”, amely a helyi lakosok identitásához kötődik, egységesen elfogadott, egységesen pozitív képzetek kötődnek hozzá, ugyanakkor kiválóan alkalmas a város és környéke egységének és jellegzetességeinek összefoglaló kifejezésére. Zalalövő városbrandjének a tanulmány a borostyánkő szimbólumot választotta „Zalalövő, a Zala menti Borostyánkő”.

Pilot tevékenységek – City Akadémia

A 24 város együttműködés keretein belül a résztvevő városokhoz kapcsolódó stakeholderek számára tudásátadás, tréningek, „City Akadémia” formájában 3 témában kerültek megrendezésre:

- Letenyén került megrendezésre Város és energia - Tréning az érdekelteknek az energiahatékonyság fejlesztésére elnevezésű két tréningnap, melyen mindkettő napon 23 fő vett részt.
- Lentiben került megrendezésre Kínálatfejlesztés - Tréning az érdekelteknek a háromoldalú térségben, a közös turisztikai kínálat városi hálózatba fejlesztésével elnevezésű három tréningnap, melyen 15-18 fő vett részt.
- Zalalövön került megrendezésre Közös régiós ismeret - Tréning az érdekelteknek a háromoldalú térségben, a közös régiós ismeretek felépítésére elnevezésű kétnapos tréningnap, melyen 18-18 fő vett részt.
- City Akadémia tele workshopja osztrák oldali Vezető partnerrel, illetve Lenti Város Önkormányzatával közösen került megvalósításra. Osztrák szakmai előadásokat hallgathattak meg online a magyar résztvevők Lentiben: piackutatás, neuromarketing, digitális változás, kreatív gazdaság témakörökben.

Pilot tevékenység - Innovatív idegenforgalmi termékek- Gyermekek élményvárosok Zalában

A City Cooperation 2 projekt keretén belül megvalósult turisztikai koncepció részletes helyzetelemzésre építve, vagyis körül járva Lenti, Letenye, Zalalövő városainak helyzetét, a primer adatokból, valamint a közvetlen felmérés során nyert információkból kiindulva, építve a már meglévő tanulmányok és elemzések megállapításaira, a helybeli turizmus további lehetséges fejlődési irányait határozta meg egy közös turisztikai koncepcióban. A City Cooperation projekt keretében feladat volt továbbá egy, a gyermekélmény- családi élmény témához kötődő konkrét turisztikai termék kidolgozása. A turisztikai terméknek illeszkednie kellett a szintén a projekt keretében elkészült innovatív turisztikai koncepciókban foglaltakhoz. Az innovatív turisztikai koncepció keretében javaslat született egy aktivitásra ösztönző, az együttműködő zalai városok múltját, jelenét, természeti és kulturális örökségét bemutató körséta kidolgozására. A turisztikai koncepciókhoz illeszkedően került kialakításra a Gyermekek – Élmény – Túra Kreatív városi séták családok számára Lentiben, Letenyén és Zalalövön elnevezésű turisztikai termék. A termék Lenti, Letenye és Zalalövő számára különleges, vonzó, szezonfüggetlen családi sétálóprogram, amely elsősorban a gyerekek foglalkoztatásán keresztül élményszerű körítést ad a település fő látványosságainak bejárásához, és ösztönzőerején keresztül összekapcsolja a három várost.

Projektben tervezett tevékenységek:

INNOVATÍV VÁSÁRLÓERŐ MEGTARTÁSA

- *Kedvezménykártya megvalósíthatósági tanulmány, digitális hálózatfejlesztés, LENTI card bevezetése*

A projekt keretében elkészült az Online kedvezménykártya kialakítására vonatkozó helyzetelemző tanulmány. A helyzetelemző tanulmány elkészítése előtt kérdőíves felmérésből (107 db) álló adatgyűjtés valósult meg Zala és Vas megyében. Az adatgyűjtésben kérdőívet kitöltő vállalkozások körében, akik jelezték, hogy érdekeltek egy kedvezményrendszer kialakításában, első lépésben egy újabb e-mailes megkeresés került kiküldésre, majd a visszajelzések alapján személyes egyeztetések is megszervezésre kerültek, első körben több mint 20 vállalkozás konkrét szándéknyilatkozata, miszerint részt kíván venni egy lenticard- városi kedvezménykártya rendszerben. A közbeszerzésben elnyert feladat rövid határideje, illetve a projekt zárás közelsége következtében, a felek abban állapodtak meg, hogy a projekt időszakában kifejlesztésre és bevezetésre kerül a pilot Lenti városkártya (Lenticard), illetve elkészül a Lenti turisztikai kártya keretrendszere.

Bővebb információ a <https://lenticard.hu/> oldalon olvasható

- *Helyi piacok marketing koncepció, helyi piacok stratégia:*

A City Cooperation II projekt egyik specifikus célja volt a helyi gazdaság vásárlóerejének erősítése, a vásárlóerő megkötés innovatív rendszerének továbbfejlesztése a határrégióban mivel a helyi piacok fejlesztése és hálózatosodása erősíti a regionális versenyképességet. A tanulmány három résztanulmányból tevődik össze, melyek önállóan is egészet alkotnak, de a térség komplex és szerves fejlesztéséhez mindhárom rész együttes értelmezése és javaslatainak követése szükséges. Lenti, Letenye és Zalalövő esetében egyenként feltárássra került a helyi termelők értékesítésre vonatkozó gyakorlatok (helyi piacok, online értékesítés stb.), a lakossági attitűdök és fejlesztési igények a helyi piacokhoz kapcsolódóan. Továbbá a helyi piacokra vonatkozóan marketing koncepciók készültek el, a helyi termelők részére jó gyakorlatok megtekintésére volt lehetőség Vulkanland régióban tanulmányút keretében. A helyi piacokra vonatkozóan 2 fajta kiadványok készültek három nyelven.

A helyi piacra vonatkozóan elkészült dokumentumok, kiadványok a következő helyen érhetőek el:
<http://lentiwebshop.lenti.hu/letoltheto-dokumentumok>

KOMMUNIKÁCIÓ

A „kommunikáció” munkacsomag tevékenységében csak azok a nyilvánosság szempontjából fontos tevékenységek szerepeltek, melyek kizárólag az eredmények kommunikálásáról szóltak.

- A Mobil záró konferencia központi rendezvényére Lentiben került sor (több mint 30 fő részvételével) a helyi médiák bevonásával, a rendezvényen a projektben elért eredmények ismertetése szakmai előadások keretében valósult meg. Roadshow jelleggel a lenti zárórendezvényt megelőzően Letenyén (több mint 30 fő részvételével) és Zalalövőn (több mint 30 fő részvételével) kerültek megrendezésre kisebb jellegű mobil zárórendezvények.
- *Nyomtatott anyagok:*
Közös publikációs anyagok készültek el a zalai városi profilok erősítésére, továbbá Innovatív turizmustermék eredményeként – gyermek-élményváros kiadványok, térképek készültek el.
- *Digitális termékek*
Virtuális piactér került kialakításra, helyi termelők felmérésével, tudástranszfer osztrák best practise példákon keresztül a helyi termelők számára.
<http://lentiwebshop.lenti.hu/>

BESZERZÉSEK

- A zalai városokban egységes beszerzés alapján gyermekbarát városbútorok beszerzése valósult meg.
- Helyi piacok fejlesztése érdekében Zalalövőn, és Lentiben mobil sátrak beszerzése valósult meg.

A projektben megvalósított tevékenységekről, eredményekről, rendezvényekről bővebb információ a <https://www.24cities.eu/hu> oldalon található.